Thương mại hóa tài sản trí tuệ trong doanh nghiệp nhỏ và vừa: MỘT SỐ LƯU Ý

Trịnh Thu Hải
Cục Sở hữu trí tuệ

Thương mại hóa tài sản trí tuệ (TSTT) là một đòi hỏi tất yếu để thúc đẩy phát triển kinh tế ở các quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Thực tế đã chỉ ra rằng, thương mại hóa TSTT còn là công cụ, động lực cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp, đặc biệt là đối với khối doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV).

Vai trò của TSTT với DNNVV

Theo đánh giá của Ngân hàng thế giới, DNNVV được coi là động lực chính cho sự tăng trưởng toàn cầu, chiếm 90% số lượng doanh nghiệp và hơn 50% số lượng việc làm toàn cầu; chiếm khoảng 70% tổng khối lượng hàng hóa, dịch vụ và tạo ra khoảng hơn 50% tổng số sáng kiến, đổi mới công nghệ toàn cầu.

Ở Việt Nam, DNNVV cũng là bộ phận quan trọng, chiếm khoảng 96,7% tổng số doanh nghiệp cả nước, sử dụng 51% số lượng lao động và đóng góp hơn 40% vào GDP. Theo thống kê chưa đầy đủ, năm 2020, Việt Nam có khoảng 400.000 DNNVV đang hoạt động[1].

Các kết quả nghiên cứu, khảo sát cho thấy, do các điều kiện hạn chế về quy mô, khả năng tài chính, nguồn nhân lực chuyên sâu…, DNNVV thường có khối lượng TSTT không lớn. Theo số liệu thống kê của Cơ quan Sở hữu trí tuệ (SHTT) Hàn Quốc năm 2019, chỉ 20% DNNVV trên thế giới có quyền SHTT được bảo hộ, trong số đó chỉ 7% sở hữu nhiều hơn một quyền SHTT được bảo hộ[2].

Trong khi đó, thực tế đã chỉ rõ TSTT có vai trò đặc biệt quan trọng đóng góp vào sự phát triển lớn mạnh của DNNVV, thúc đẩy hầu hết mọi hoạt động sản xuất, kinh doanh của DNNVV, đồng thời tạo ra các giá trị kinh tế hữu hình thông qua việc chuyển giao quyền sử dụng, góp vốn, đầu tư... Trong số các loại TSTT thì nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp, tên thương mại thể hiện rõ nét nhất vai trò của nó đối với DNNVV. Đây là những công cụ marketing đắc lực của DNNVV, giúp khắc họa hình ảnh doanh nghiệp trong tâm thức người tiêu dùng, từ đó tạo bước đi vững chắc cho doanh nghiệp tới các thị trường mục tiêu, thúc đẩy quá trình quảng bá, mở rộng hệ thống phân phối sản phẩm, dịch vụ của DNNVV. Bên cạnh đó, sáng chế cũng là một loại TSTT cốt lõi giúp DNNVV cải tiến, đổi mới công nghệ, nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, tạo đà để DNNVV phát triển bền vững, tạo lợi thế cạnh tranh vững chắc trên thị trường trong nước và quốc tế. Theo Báo cáo thống kê của Ủy ban châu Âu năm 2020: DNNVV sở hữu 1 quyền SHTT được bảo hộ có doanh thu cao hơn 20% so với các doanh nghiệp không có quyền SHTT được bảo hộ[3].

Thương mại hóa TSTT trong DNNVV

Thương mại hóa TSTT có thể được hiểu theo nghĩa hẹp và nghĩa rộng. Theo nghĩa hẹp, *Thương mại hóa TSTT là việc chuyển hóa TSTT thành hàng hóa để lưu thông trên thị trường, từ đó mang lại lợi nhuận cho chủ sở hữu.* Theo nghĩa rộng, *Thương mại hóa TSTT là quá trình khai thác các đối tượng quyền SHTT để đổi lại các lợi ích kinh tế, phục vụ mục đích cụ thể do chủ sở hữu TSTT đặt ra.* Việc bảo hộ quyền SHTT cho doanh nghiệp chỉ thực sự có ý nghĩa khi quyền SHTT đó được thương mại hóa, mang lại lợi ích cho chủ sở hữu.

Để đảm bảo hiệu quả tối ưu, các dạng TSTT khác nhau yêu cầu các chiến lược thương mại hóa khác nhau. Chính vì vậy, DNNVV cần phải nắm bắt và quản lý một cách chặt chẽ các đối tượng SHTT của mình, từ đó đưa ra các phương án thương mại hóa tương ứng phù hợp. Chẳng hạn như: sáng chế là đối tượng cần

[1]http://business.gov.vn/T%C6%B0li%E1%BB%87u/tabid/214/catid/564/sach-tr%E1%BA%AFng-v%E1%BB%81-dnnvv.aspx.

[2]Tài liệu Hội thảo trực tuyến "Thương mại hóa TSTT tại Việt Nam" thuộc Dự án "Phát triển trong lĩnh vực tài chính và sở hữu trí tuệ (SHTT) do Quỹ Thịnh Vượng dành cho lĩnh vực SHTT giữa Vương quốc Anh và Việt Nam tổ chức tháng 3/2021.

[3]https://www.apec.org/Publications/2020/04/Intellectual-Property-Commercialization-for-SMEs.

vốn đầu tư lớn, vận hành dựa trên công nghệ nên có thể được thương mại hóa bằng hình thức chuyển giao quyền sử dụng hoặc liên doanh (thường đi cùng với bí mật thương mại và bí quyết kỹ thuật, công nghệ); nhãn hiệu là linh hồn của doanh nghiệp, cần nhiều thời gian để tạo dựng và phát triển nên có thể được thương mại hóa bằng hình thức chuyển quyền sử dụng hoặc nhượng quyền thương mại; quyền tác giả có thể được thương mại hóa bằng hình thức chuyển quyền sử dụng thông qua các mô hình kinh doanh...

Thương mại hóa TSTT cần phải được xây dựng thành chiến lược dài hạn và được triển khai theo từng giai đoạn tương ứng với các giai đoạn thị trường. Trong từng thời điểm, DNNVV có thể cân nhắc điều kiện thực tế của mình và tình hình thị trường để ưu tiên lựa chọn hình thức thương mại hóa TSTT phù hợp.

Cũng tương tự như tài sản hữu hình, để có thể thương mại hóa (lưu thông) được, TSTT phải đảm bảo đáp ứng đầy đủ các điều kiện: được bảo hộ theo quy định của pháp luật Việt Nam; đang còn hiệu lực bảo hộ trên lãnh thổ Việt Nam và không phải là các đối tượng đang bị tranh chấp. Trên cơ sở đó, TSTT có thể được thương mại hóa theo các hình thức sau:

Chủ sở hữu tự khai thác: chủ sở hữu tự sử dụng các TSTT mà pháp luật công nhận để thu lại các lợi ích kinh tế. Ví dụ, Công ty Cổ phần Hà My đăng ký nhãn hiệu là logo của Công ty và nhãn hiệu cho một số sản phẩm chủ lực trong đó có hạt điều Bình Phước (sản phẩm được bảo hộ chỉ dẫn địa lý) và sử dụng logo này trong mọi hoạt động giao dịch, sản xuất, kinh doanh, phân phối, xúc tiến thương mại và trên bao bì của toàn bộ sản phẩm của Công ty.

Chuyển nhượng quyền sở hữu: chủ sở hữu chuyển nhượng toàn bộ quyền sở hữu của mình đối với TSTT cho chủ thể khác để đổi lại lợi ích tương ứng. Pháp luật có quy định những điều kiện ràng buộc đối với một số loại TSTT cụ thể như: quyền SHTT đối với tên thương mại chỉ được chuyển nhượng cùng với việc chuyển nhượng toàn bộ cơ sở kinh doanh và hoạt động kinh doanh dưới tên thương mại đó. Việc chuyển nhượng quyền đối với nhãn hiệu không được gây ra sự nhầm lẫn về đặc tính, nguồn gốc của hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu. Quyền đối với nhãn hiệu chỉ được chuyển nhượng cho tổ chức, cá nhân đáp ứng các điều kiện đối với người có quyền đăng ký nhãn hiệu đó.

Logo của Công ty Cổ phần Hà My.

Chuyển quyền sử dụng: đây là hình thức thương mại hóa TSTT phổ biến nhất và đang ngày càng được phát triển mạnh mẽ trong bối cảnh hiện nay. Pháp luật có quy định một số đối tượng không được chuyển quyền sử dụng hoặc bị hạn chế chuyển quyền sử dụng xuất phát từ tính chất đặc thù của các đối tượng này như: quyền sử dụng chỉ dẫn địa lý và tên thương mại không được chuyển giao; quyền sử dụng nhãn hiệu tập thể không được chuyển giao cho các tổ chức, cá nhân không phải là thành viên của chủ sở hữu nhãn hiệu tập thể đó; quyền sử dụng nội dung của các tác phẩm khoa học là bản viết của các kết quả nghiên cứu cơ bản và nghiên cứu ứng dụng trong lĩnh vực khoa học xã hội và nhân văn không thể chuyển giao được… Việc chuyển giao có thể được thực hiện bằng hình thức nhận quyền, chuyển quyền hoặc chuyển giao chéo. Các bên có thể thỏa thuận hình thức chuyển giao quyền sử dụng độc quyền hoặc không độc quyền.

Nhượng quyền thương mại: áp dụng đối với một số loại TSTT cụ thể, gồm: nhãn hiệu, tên thương mại, bí mật kinh doanh. Ví dụ, "Phở 24" là một trong những điển hình về mô hình nhượng quyền thương mại đầu tiên tại Việt Nam. Năm 2003, cửa hàng Phở 24 đầu tiên ra đời tại TP Hồ Chí Minh do Lý Quý Trung là người sáng lập. Với mô hình nhượng quyền thương mại, từ năm 2003 đến 2011, Phở 24 đã xây dựng được hệ thống khoảng 60 cửa hàng trên khắp Việt Nam và khoảng hơn 20 cửa hàng ở nước ngoài, tập trung chủ yếu ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương. Tuy nhiên, do phát triển ồ ạt trong khi quản lý hệ thống chưa tốt, cộng thêm khó khăn về mặt tài chính nên hệ thống nhượng quyền vận hành không như mong muốn. Năm 2011, chủ sở hữu nhãn hiệu "Phở 24" buộc phải chuyển nhượng quyền sở hữu cho Viet Thai International thuộc Tập đoàn Jollibee đến từ Phillipines[4].

"Phở 24" - điển hình về mô hình nhượng quyền thương mại đầu tiên tại Việt Nam.

Một số mô hình nhượng quyền thương mại nữa đã để lại dấu ấn trên thị trường, mang lại những lợi nhuận kinh tế không nhỏ cho chủ sở hữu có thể kể đến như: Soya Garden, Bánh mì Minh Nhật, Kafa Cafe…

[4]https://ibrandvn.com/12-thuong-hieu-viet-bi-thau-tom-p2.html.

Logo bánh mì Minh Nhật.

Bên cạnh đó, còn có một số hình thức thương mại hóa TSTT như: góp vốn bằng TSTT, liên doanh, hợp đồng hợp tác kinh doanh, thành lập doanh nghiệp khoa học và công nghệ…

Một số lưu ý đối với DNNVV trong hoạt động thương mại hóa TSTT

Để tối ưu hóa hoạt động thương mại hóa TSTT, theo chúng tôi DNNVV cần lưu ý một số điểm sau:

Một là, DNNVV cần tìm hiểu và nắm bắt chặt chẽ, đầy đủ các quy định của Luật SHTT về cơ chế, căn cứ xác lập quyền. Một số đối tượng quyền SHTT chỉ được xác lập trên cơ sở đăng ký bảo hộ tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền (sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí, nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, giống cây trồng), do đó doanh nghiệp cần tiến hành thủ tục đăng ký bảo hộ kịp thời, theo đúng quy định để đảm bảo quyền lợi của mình được bảo vệ một cách đầy đủ nhất.

Một số đối tượng quyền SHTT được tự động xác lập mà không cần phải trải qua thủ tục đăng ký, tuy nhiên để được bảo hộ, các doanh nghiệp cần đảm bảo các yêu cầu, điều kiện cụ thể theo quy định như: i) Bí mật kinh doanh: phải được bảo mật bằng các biện pháp cần thiết để không bị bộc lộ và không dễ dàng tiếp cận được; ii) Tên thương mại: được xác lập trên cơ sở sử dụng hợp pháp tên thương mại đó; iii) Quyền tác giả: phải được thể hiện dưới một hình thức vật chất nhất định; iv) Quyền liên quan: phải được định hình hoặc thực hiện mà không phương hại đến quyền tác giả.

Hai là, DNNVV cần thực hiện đầy đủ các thủ tục, yêu cầu theo quy định để quản lý quyền SHTT của mình. Quyền SHTT phải được quản lý và duy trì thường xuyên, liên tục, mọi thay đổi đều phải được ghi nhận lại. Đối với các đối tượng quyền SHTT được xác lập trên cơ sở đăng ký tại cơ quan nhà nước có thẩm quyền, mọi thay đổi chỉ có hiệu lực khi được đăng ký; ngoài ra, chủ sở hữu phải thực hiện các thủ tục gia hạn, duy trì hiệu lực theo quy định của pháp luật.

Ba là, DNNVV cần có bộ phận (có thể chuyên trách hoặc kiêm nhiệm tùy thuộc điều kiện thực tế của từng doanh nghiệp) để thực hiện chức năng quản lý và tổ chức hoạt động SHTT trong doanh nghiệp mình. Cán bộ SHTT cần được tham gia các khóa đào tạo về quản trị TSTT từ cơ bản đến nâng cao để có đủ các kỹ năng tổ chức triển khai thương mại hóa TSTT của doanh nghiệp. Trong những trường hợp cần thiết, cần xem xét thuê chuyên gia tư vấn chuyên sâu để đảm bảo có được phương án thương mại hóa TSTT có lợi nhất cho doanh nghiệp. Đồng thời, cần tiến hành việc kiểm toán TSTT (IP Audit) và lập danh mục TSTT để quản lý (nên sử dụng các ứng dụng công nghệ thông tin hỗ trợ công tác quản lý). Kiểm tra quyền sở hữu của những TSTT mà doanh nghiệp tạo ra, từ đó có phương án chuyển quyền đối với những TSTT không dùng đến; xem xét nhu cầu cần nhận chuyển giao quyền từ các tổ chức, cá nhân khác để có phương án đàm phán, ký kết hợp đồng chuyển giao.

Bốn là, trên cơ sở đúc rút kinh nghiệm từ mô hình của các nước phát triển, DNNVV cần quán triệt quy trình "Tạo dựng một doanh nghiệp thành công trước rồi sau đó thương mại hóa quyền SHTT khi nền tảng cơ sở đã được xây dựng" để đảm bảo tính an toàn và khả năng phát triển bền vững. Quy trình này gồm các bước sau: i) Tạo ra TSTT: đây là giai đoạn đầu gắn với quá trình tạo dựng doanh nghiệp, bao gồm các hoạt động nghiên cứu và phát triển, triển khai ý tưởng, từ đó xác định các nhóm quyền SHTT hiện có và tiềm năng cũng như nhận diện các tài sản vô hình khác của doanh nghiệp; ii) Xác lập quyền SHTT: lập danh mục quyền SHTT của doanh nghiệp và tiến hành các hoạt động xác lập quyền tương ứng, phù hợp với từng loại đối tượng TSTT. Thực hiện việc quản lý chặt chẽ, đầy đủ các đối tượng quyền SHTT để đảm bảo các đối tượng đó được duy trì hiệu lực thường xuyên, liên tục theo quy định; iii) Thương mại hóa TSTT: nghiên cứu, khảo sát, đánh giá thị trường để xây dựng chiến lược thương mại hóa TSTT gắn với chiến lược kinh doanh, phát triển của doanh nghiệp. Triển khai các hoạt động xúc tiến thương mại gắn với thương mại hóa TSTT.

Thay lời kết

TSTT đã và đang khẳng định vai trò, tầm quan trọng trong mọi mặt của đời sống xã hội. TSTT được coi là động lực của cạnh tranh trong lĩnh vực kinh tế; động lực của đổi mới, sáng tạo trong lĩnh vực nghiên cứu; động lực của phát triển trong xã hội nói chung. Với xu thế hội nhập, toàn cầu hóa diễn ra mạnh mẽ và những biến động có khả năng ảnh hưởng tới cục diện toàn cầu như hiện nay thì cạnh tranh giữa các nền kinh tế chính là cạnh tranh về TSTT. Trong bối cảnh đó, để chuẩn bị cho mình tâm thế sẵn sàng đứng vững và từng bước khẳng định vị thế của mình trên thị trường trong và ngoài nước, DNNVV Việt Nam cần đặc biệt quan tâm tới vấn đề tạo lập và thương mại hóa TSTT. Đây chính là động lực, là phương tiện, công cụ giúp doanh nghiệp tồn tại và phát triển bền vững ✍